Для зачета необходимо выполнить не менее 4-х заданий по своему выбору (1 любое задание из каждой темы).

**Тема «Жанры рекламы. Знаковые системы. Признаки рекламных жанров».**

Задание 6. Определение жанра рекламы

Определите жанр предложенного рекламного материала. Выделите все его типологические признаки, читательский адрес. Обоснуйте правильность выбора данного жанра для передачи этой рекламной информации. «С 12 мая 2017 года в магазине «Три Березы» начнется распродажа тканей и необходимых аксессуаров. Спешите, предложение ограничено. Тем более что именно сейчас качественные европейские материалы продаются со скидкой 70%».

Ответьте на следующие вопросы:

- К какому жанру относится рекламное объявление?

- Достаточно ли в тексте информации о продукте?

- Объем текста преувеличен?

- В каком месте представлено основное положение?

Задание 7. «Процитируй»

Из песен и стихов подберите как можно больше цитат, подходящих к данному товару (сметана «Простоквашино», прическа от известного парикмахера-дизайнера, компания по перевозке людей «Мосгортранс», изучение китайского языка).

Задание 8. Разработка девиза

Тяга к знаниям и желание быть творчески развитым закладываются в человека при правильном воспитании еще в раннем детстве. Используя это, Дошкольная Академия «Топ-Топ» разработала свой девиз: С двух лет в университет! Задание. 1 - Разработайте девиз для визитки престижного центра дошкольного обучения, ученики которого получают расширенное гуманитарное образование и установку на дальнейшее блестящее поступление в вуз. 2 – оцените полученный результат по следующим показателям: актуальность, оригинальность, воздействие.

**Тема «Копирайтинг и его основные понятия. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе».**

Задание 1. Анализ слогана на предмет соответствия литературной норме

Слоган «Империя меха» представлен на многих рекламных изображениях магазина с аналогичным названием. Провести анализ слогана на предмет соответствия литературной норме и провести оценку:

• семантики текста

• сочетаемости слов слогана

Задание 2. Применение приемов в разработке элементов рекламы

Используя приемы техники вопрошания (предложение, контраста и доброго слова) переформулируйте слоган «Наша обувь самая лучшая в мире»

Задание 3. Применение приемов в разработке элементов рекламы

Переформулируйте слоган «клиент превыше всего» используя прием «абсурда».

Задание 5. Использование техники рекламного обращения Известны приемы прямого обращения, устраиваемые в больших магазинах, в основном продуктовых, в форме бесплатной пробы нового продукта. Задание: необходимо предложить идею аналогичной рекламы для новой наживки для ловли рыбы.

**Тема «Художественный креатив в создании рекламного объявления. Композиция рекламного сообщения».**

Задание 2. Найти в доступных источниках визуальные рекламные сообщения, в которых отсутствует хотя бы один из следующих элементов: слоган, зачин, основное сообщение, информационный блок, справочная информация, эхо-фраза.

Задание 3. Составьте согласно требования слоганы для рекламы следующих товаров:

- Лопата дачника производства машиностроительного завода УАЗ

- Спички производства калужской спичечной фабрики в коробке

- Механические часы Первого Московского часового завода

- Электрические розетки, изготовленные на заводе «Динамо» слабовидящими людьми.

По каждому объекту предложите не менее трех вариантов слоганов, проведите их анализ и обоснуйте выбор наилучших из них.

Задание 6. Особенности композиции рекламного продукта

Проанализируйте слоган в рекламе надувного матраса «Palma» (в то время как слоган произносится голосом, на экране он накачивается воздухом): «Наша продукция на девяносто процентов состоит из воздуха, зато качество оставшихся десяти процентов мы гарантируем» Ответьте на вопросы: 1. Какова особенность данного слогана? 2. Какая часть рекламы запоминается в большей степени?

Задание 7. Анализ композиции рекламного сообщения

Найдите примеры рекламных сообщений, в которых, по вашему мнению,

- обещают «чудеса»;

- используются стереотипы для стимулирования сбыта;

- запугивают;

- приводят сомнительные «истины»;

- которые сделаны в плохом вкусе.

Что могли бы предпринять рекламисты, чтобы исключить эти характеристики, не уменьшая воздействия стимулирующего сообщения?

**Тема «Оценка маркетинговой и коммуникативной эффективности рекламного продукта».**

Задание 1. Определение степени привлеченности внимания к рекламе. Рекламный щит размещен возле выхода из метро. На расстоянии 200 м от выхода метро расположен торговый центр. Определить степень привлечения рекламой внимания потребителей утром (10:00 – 11:00), в середине дня (11:00 – 16:00) и в вечернее время (16:00 – 21:00) при условии, что в течении дня число выходящих из метро и заходящих в торговый центр составляет примерно 15000 человек, распределение потока следующее утро 15%, середина дня 30% и вечернее время 55%. В каждый отрезок времени только 15 человек обращает внимание на рекламный щит.

Задание 2. Определение эффективности рекламы. Для оценки эффективности рекламного сообщения было разработано два варианта рекламы. Затем были распечатаны листовки с рекламными сообщениями и розданы заинтересованным потребителям. Каждая листовка предполагала использование купона на скидку при приобретении товара. Все купоны были розданы. В течении акционного дня по акциям приобрели товар 425 человек. Причем по листовкам с первой рекламой покупателями было реализовано 184 купона, а по листовкам с вторым вариантом рекламы 241 купон. Оцените, насколько второй вариант рекламы оказался более эффективным.

Задание 5. Оценка экономической эффективности рекламы С целью оценки экономического эффекта от проведения рекламной акции были подготовлены следующие данные: Выручка предприятия до рекламной кампании 120000 руб. Рекламная кампания продолжалась 1 месяц Выручка предприятия через 1 месяца составила 170000 руб. Рассчитать дополнительный объем выручки и объяснить результаты расчетов (дать оценку эффективности рекламной кампании).